

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko**

Distributor bawang merah bapak Simon Djoko adalah usaha distribusi bawang merah yang merupakan suatu bentuk tengkulak dan penjual bawang merah. Penjual tangan ketiga seperti usaha distributor bawang merah bapak Simon Djoko ini membeli bawang merah dari para pengepul di Pasar Johar untuk dijual kembali ke para pelanggan yang berada di beberapa kota di Jawa Tengah seperti Magelang, Secang, Ambarawa, dan sebagainya. Selain itu, usaha distributor bawang merah milik bapak Simon Djoko di beri kepercayaan oleh pengepul yang berada di kabupaten Samas untuk mengambil bawang merah di Kabupaten Samas untuk kemudian dijual kepada para pelanggan dan para pengepul di Pasar Johar. Sistem penjualan mereka, karyawan mengantarkan bawang merah langsung ke para pelanggan atau konsumen yang telah memesan. Selain itu karyawan bapak Simon Djoko juga bertugas menawarkan dan menjualkan dan apabila terdapat bawang merah yang masi tersisa. Karyawan menghubungi atau meminta tolong kepada bapak Simon Djoko hanya pasa saat mengalami kendala dalam penjualan misalnya sudah tidak ada pembeli atau apabila pelanggan tidak bisa langsung membayar bawang merah saat itu juga. Dan yang menjadi tugas karyawan bapak Simon Djoko ini ialah menagih hutang kepada para pelanggan.



**Gambar 4.1**  
**Gudang distributor bawang merah Bapak Simon Djoko**

#### **4.2 Identitas Responden Dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Lama Kerja, Frekuensi Pembelian dan Pendidikan Terakhir**

Responden dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan yaitu 1 orang karyawan pensortir bawang merah, 1 orang karyawan gudang dan 1 orang karyawan transportasi yang akan melakukan pengisian dalam variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sedangkan 5 orang pelanggan dari Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko hanya digunakan untuk konfirmasi kekuatan dan kelemahan.

**Tabel 4.1**  
**Sampel Penelitian (Pemilik dan Karyawan)**

No	Nama	Keterangan	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Lama Kerja (tahun)	Pendidikan Terakhir
1	Simon Djoko	Pemilik	Pria	62	31	SMA
2	Marni	Pensortir bawang merah	Perempuan	39	10	SMA
3	Dodik	Karyawan gudang	Pria	48	16	SMA
4	Budi	Karyawan transportasi	Pria	28	6	SMA

Sumber : Data sekunder, 2021

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa karyawan bagian pensortir bawang merah berjenis kelamin wanita sedangkan karyawan bagian gudang dan transportasi berjenis kelamin laki-laki. Responden terdiri dari 1 orang pemilik, dan 3 orang karyawan bagian administrasi dan mekanik Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko. Selain dari pemilik dan karyawan Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko, responden penelitian ini juga terdiri dari 5 orang pelanggan Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko yang akan dijelaskan terpisah sebagai berikut.

**Tabel 4.2**  
**Sampel Penelitian (Pelanggan)**

No	Nama Usaha	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Lama kerja sama (Tahun)	Pendidikan Terakhir
1	Mbak Erni Ambarawa	Perempuan	53	9	SMA
2	Soto Sedep Ambarawa	Perempuan	42	7	SMA
3	Aji Secang	Laki-laki	51	10	SMA
4	Mbak Mun Temanggung	Perempuan	26	8	SMA
5	Koh Ming Magelang	Laki-laki	57	11	SMA

Sumber : Data sekunder, 2021

Selain responden yang berasal dari pemilik dan karyawan Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko, dilakukan juga penyebaran kuesioner kepada 5 orang pelanggan Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko yang memiliki usaha toko sembako, warung soto, restoran dengan lama kerja sama antara 7 sampai dengan 11 tahun dan memiliki pendidikan terakhir rata-rata SMA.

#### 4.3 Variabel SWOT

Berdasarkan hasil prasurvey kepada pemilik Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko, didapatkan faktor internal yang mempengaruhi arah dan tindakan yang berasal dari internal perusahaan serta faktor eksternal perusahaan terdiri dari semua keadaan dan kekuatan yang mempengaruhi pilihan (opsi) strateginya dan menentukan situasi pesaingnya. Analisis faktor internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan. Sedangkan analisis faktor eksternal mengidentifikasi peluang dan ancaman yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan di masa yang akan datang. Hasil variabel SWOT didapatkan dari hasil wawancara dengan Bapak Simon Djoko, karyawan dan pelanggan dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Aspek Variabel SWOT Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko**

<b>Keterangan</b>	<b>Aspek</b>	<b>SWOT</b>
Produk bawang merah berkualitas	Pasar dan pemasaran	Kekuatan
Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	Operasi	Kekuatan
Harga kompetitif	Pasar dan pemasaran	Kekuatan
Modal terbatas	Keuangan	Kelemahan
Karyawan tidak profesional dalam bekerja	SDM	Kelemahan

Keterangan	Aspek	SWOT
Pendidikan karyawan yang rendah	SDM	Kelemahan
Bawang merah bahan baku utama memasak	Pasar dan pemasaran	Peluang
Belum ada promosi yang dilakukan	Pasar dan pemasaran	Kelemahan
Permintaan pasar bawang merah tinggi	Pasar dan pemasaran	Peluang
Supplier tengkulak tidak jujur	Ancaman	Ancaman
Memiliki pelanggan tetap (kontrak)	Pasar dan pemasaran	Peluang
Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	SDM	Kekuatan
Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	Pasar dan pemasaran	Ancaman
Banyak pesaing dalam bidang yang sama	Pasar dan pemasaran	Ancaman

**Sumber : Data primer, 2021**

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disusun variabel SWOT sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Variabel SWOT Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko**

No	Variabel	Keterangan
1	Kekuatan	Produk bawang merah berkualitas
		Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri
		Harga kompetitif
		Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah
2	Kelemahan	Keterbatasan modal
		Karyawan tidak profesional dalam bekerja
		Pendidikan karyawan yang rendah
		Belum ada promosi yang dilakukan
3	Peluang	Bawang merah bahan baku utama memasak
		Permintaan pasar bawang merah tinggi
		Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)
4	Ancaman	Banyak pesaing dalam bidang yang sama
		Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran
		Supplier tengkulak tidak jujur

**Sumber : Data primer, 2021**



### 4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada pelanggan untuk mengetahui tanggapan mengenai pelanggan terhadap Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Pelanggan terhadap Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko**

No	Keterangan	1 (STS)		2 (TS)		3 (S)		4 (SS)		Total Skor	Rata-rata	Kategori Persepsi
		F	S	F	S	F	S	F	S			
Kekuatan												
1	Produk bawang merah yang dijual berkualitas	0	0	0	0	5	15	0	0	15,00	3,00	Setuju
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	0	0	0	0	4	12	1	4	16,00	3,20	Setuju
3	Harga bawang merah kompetitif	0	0	0	0	1	3	4	16	19,00	3,80	Setuju
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	0	0	0	0	1	3	4	16	19,00	3,80	Setuju
Kelemahan												
5	Modal untuk pengembangan usaha terbatas	2	2	1	2	1	3	1	4	11,00	2,20	Setuju
6	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	1	1	1	2	2	6	1	4	13,00	2,60	Setuju
7	Pendidikan karyawan yang rendah	2	2	1	2	2	6	0	0	10,00	2,00	Setuju
8	Belum ada promosi yang dilakukan Bapak Simon Djoko	0	0	1	2	2	6	2	8	16,00	3,20	Setuju

**Sumber : Data primer, 2021**

Berdasarkan tanggapan pelanggan atas Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko maka didapatkan hasil bahwa pelanggan merasa bahwa produk bawang merah yang dijual oleh Bapak Simon Djoko memiliki kualitas yang baik.

Sementara pelayanan yang diberikan oleh Bapak Simon Djoko dalam pengantaran bawang merah tersebut cepat karena Bapak Simon Djoko memiliki truk sendiri dan tidak menyewa truk sehingga pengantaran pesanan tepat waktu. Harga jual bawang merah yang ditawarkan oleh Bapak Simon Djoko kompetitif dengan pesaingnya sehingga dapat bersaing dan tidak terlalu mahal. Karyawan Bapak Simon Djoko memiliki pengalaman yang cukup banyak dalam mensortir bawang merah sehingga bawang merah yang diterima konsumen selalu baik dan berkualitas.

Pelanggan merasa ada keterbatasan modal kerja yang dimiliki oleh Bapak Simon Djoko. Sedangkan untuk karyawan dirasakan ada karyawan yang tidak profesional bekerja, yang juga dirasakan mungkin bahwa pendidikan karyawan tersebut rendah sehingga tidak dapat bekerja secara maksimal. Pelanggan merasa bahwa promosi belum dilakukan secara maksimal sehingga tidak semua pedagang di pasar mengetahui Bapak Simon Djoko menjual bawang merah.

#### **4.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)**

Matriks IFAS terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan yang merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Evaluasi faktor internal ini dilakukan dengan cara memberikan bobot dan rating untuk setiap indikator kekuatan maupun kelemahan. Bobot maupun rating ditentukan oleh rata-rata pemilik dan karyawan Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko karena pemilik dan karyawan dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Untuk bobot diberikan dengan nilai 1-10 untuk setiap indikator. Pemilik dan

karyawan mengisi jawaban antara 1-10 untuk bobot dari masing-masing komponen kekuatan dan kelemahan. Kemudian akan dibuat nilai desimal untuk membuat nilai bobot ini menjadi proporsional yang ketika dijumlah berjumlah 1,00.

**Tabel 4.6**  
**Rekap Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)**

No	Faktor Internal	Bobot Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Rata-Rata
<b>Kekuatan</b>						
1	Produk bawang merah berkualitas	0,15	0,15	0,14	0,15	0,15
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	0,10	0,15	0,14	0,13	0,13
3	Harga kompetitif	0,15	0,11	0,10	0,13	0,12
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	0,16	0,11	0,13	0,12	0,14
<b>Kelemahan</b>						
1	Keterbatasan modal	0,10	0,13	0,13	0,12	0,12
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	0,11	0,13	0,13	0,12	0,12
3	Pendidikan karyawan yang rendah	0,10	0,11	0,13	0,10	0,11
4	Belum ada promosi yang dilakukan	0,13	0,11	0,09	0,13	0,11
<b>Total</b>		<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>

**Sumber : Data primer, 2021**

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah produk bawang merah berkualitas dengan skor 0,15 dan disusul karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah dengan bobot 0,14. Sedangkan critical success factor



yang memiliki nilai terendah adalah pendidikan karyawan yang rendah serta belum ada promosi yang dilakukan dengan nilai 0,11.

Rating diberikan dengan cara membandingkan kekuatan perusahaan dengan industri atau pesaingnya menggunakan skala 1-4.

**Tabel 4.7**  
**Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)**

No	Faktor Internal	Rating Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Modus
<b>Kekuatan</b>						
1	Produk bawang merah berkualitas	3	3	3	3	3,00
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	4	3	3	3	3,00
3	Harga kompetitif	3	4	4	4	4,00
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	4	4	3	4	4,00
<b>Kelemahan</b>						
1	Keterbatasan modal	4	3	3	3	3,00
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	3	4	4	4	4,00
3	Pendidikan karyawan yang rendah	4	3	4	4	4,00
4	Belum ada promosi yang dilakukan	4	3	4	4	4,00

**Sumber : Data primer, 2021**

Modus didapatkan dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi. Hasil perhitungan rata-rata jawaban dari responden terhadap kekuatan maupun kelemahan Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki prioritas yang sama dalam kekuatan maupun kelemahannya. Perhitungan matriks IFAS secara gabungan dapat dilihat dalam tabel 4.8 sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)**

No	Faktor Insternal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan</b>				
1	Produk bawang merah berkualitas	0,15	3,00	0,44
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	0,13	3,00	0,39
3	Harga kompetitif	0,12	4,00	0,48
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	0,14	4,00	0,54
<b>Kelemahan</b>				
1	Keterbatasan modal	0,12	3,00	0,36
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	0,12	4,00	0,50
3	Pendidikan karyawan yang rendah	0,11	4,00	0,46
4	Belum ada promosi yang dilakukan	0,11	4,00	0,44
<b>Total IFAS</b>				<b>3,61</b>

**Sumber : Data primer, 2021**

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,61 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang kuat. Hasil ini menunjukkan

bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko lebih kuat dibandingkan dengan kelemahannya.

Hasil dari matriks IFAS di atas menunjukkan bahwa skor pada kekuatan yang menunjukkan indikator kekuatan yang terkuat adalah karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah. Hal ini karena responden merasa bahwa peran karyawan dalam mensortir bawang merah sangat menentukan kualitas bawang merah yang dikirimkan ke konsumen dimana ketika konsumen puas dengan kualitas bawang merah maka konsumen mau untuk melakukan pembelian kembali.

Indikator kelemahan yang paling tinggi adalah karyawan tidak profesional dalam bekerja. Sebagian karyawan tidak profesional dalam bekerja, karena sejak awal tidak ada peraturan tertentu yang mengatur mengenai tugas dan tanggung jawab dari karyawan. Terutama pada karyawan yang sudah lama, walaupun sudah berpengalaman namun sering istirahat di luar waktu istirahat dan libur tanpa ijin.

#### **4.5 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)**

Matriks EFAS terdiri dari peluang dan ancaman perusahaan yang merupakan bagian dari faktor eksternal perusahaan. Evaluasi faktor eksternal ini dilakukan dengan cara memberikan bobot dan rating untuk setiap indikator peluang dan ancaman. Bobot maupun rating ditentukan oleh rata-rata dan modus jawaban pemilik dan karyawan Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko karena pemilik dan karyawan dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Untuk bobot diberikan dengan nilai 1-10 untuk setiap indikator.

Pemilik dan karyawan mengisi jawaban antara 1-10 untuk bobot dari masing-masing komponen peluang dan ancaman. Kemudian akan dibuat nilai desimal untuk membuat nilai bobot ini menjadi proporsional yang ketika dijumlah berjumlah 1,00.

**Tabel 4.9**  
**Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)**

No	Faktor Eksternal	Bobot Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Rata-Rata
<b>Peluang</b>						
1	Bawang merah bahan baku utama memasak	0,14	0,12	0,14	0,16	0,13
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi	0,19	0,20	0,19	0,19	0,19
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	0,19	0,17	0,19	0,19	0,18
<b>Ancaman</b>						
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama	0,17	0,15	0,21	0,16	0,17
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	0,12	0,15	0,12	0,12	0,13
3	Supplier tengkulak tidak jujur	0,19	0,22	0,16	0,19	0,19
Total		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

**Sumber : Data primer, 2021**

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah permintaan pasar bawang merah tinggi dan supplier tengkulak tidak jujur dengan bobot 0,19.

Pemberian rating untuk matriks EFAS dilakukan dengan memberikan nilai bagi respon yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal menghadapi ancaman maupun meraih peluang. Rating diberikan dengan skala 1-4. Modus didapatkan

dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi.

**Tabel 4.10**  
**Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)**

No	Faktor Eksternal	Rating Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Modus
Peluang						
1	Bawang merah bahan baku utama memasak	2	2	4	3	2,00
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi	4	3	3	3	3,00
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	3	3	2	4	3,00
Ancaman						
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama	3	4	3	2	3,00
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	1	3	1	2	1,00
3	Supplier tengkulak tidak jujur	2	2	2	3	2,00

**Sumber : Data primer, 2021**

Hasil pada perhitungan matriks EFAS menunjukkan bahwa hasil jawaban responden memiliki kesamaan dengan setuju akan prioritas dan kondisi dari



peluang serta ancaman yang dimiliki oleh Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko saat ini. Rating dengan nilai terbesar adalah pada permintaan pasar bawang merah tinggi, Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak) dan banyak pesaing dalam bidang yang sama.

Perhitungan matriks EFAS dapat dilihat dalam tabel 4.11 sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)**

No	Faktor Eksternal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1	Bawang merah bahan baku utama memasak	0,13	2,00	0,27
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi	0,19	3,00	0,57
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	0,18	3,00	0,55
Ancaman				
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama	0,17	3,00	0,52
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	0,13	1,00	0,13
3	Supplier tengkulak tidak jujur	0,19	2,00	0,38
Total EFAS				2,42

**Sumber : Data primer, 2021**

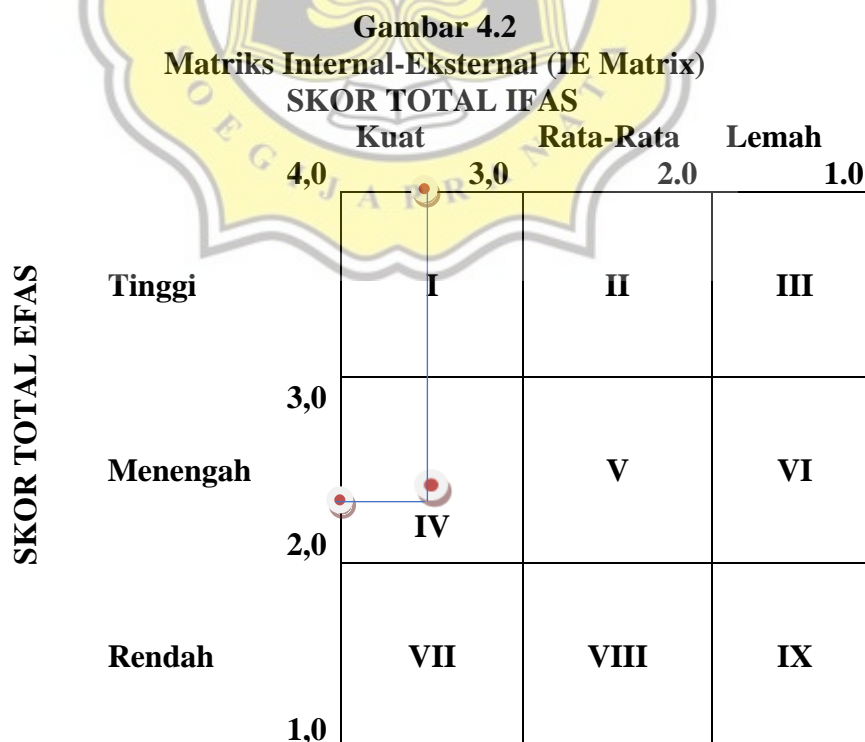
Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 2,42 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi eksternal yang cukup kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa ancaman bagi Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko lebih besar dibandingkan dengan peluang bagi Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko. Hal ini berarti bahwa Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko

walaupun memiliki peluang untuk berusaha dengan sukses namun akan mendapatkan ancaman yang cukup berat terutama dari pesaingnya.

Peluang yang dianggap berprospek bagi Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko adalah permintaan pasar bawang merah tinggi. Permintaan pasar bawang merah yang tinggi ini merupakan suatu peluang bagi Bapak Simon Djoko untuk memperbesar pasarnya dan menambah omset usaha. Sedangkan ancaman yang terbesar adalah adanya banyak pesaing dalam bidang yang sama.

#### 4.6 Matriks Internal – Eksternal (I-E)

Berdasarkan hasil IFAS dan EFAS, didapatkan skor pada IFAS adalah sebesar 3,61 dan nilai EFAS sebesar 2,42. Maka matriks Internal-Eksternal yang dapat dibentuk dari nilai ini adalah sebagai berikut:



Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan strategi berada pada kuadran IV yaitu strategi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Strategi tumbuh dan bangun akan digunakan dengan strategi intensif. Strategi intensif dilakukan dengan cara Bapak Simon Djoko mencari cara untuk melakukan pengembangan dari bisnis distributor bawang merah yang dimilikinya. Dengan adanya peluang kebutuhan pasar bawang merah yang semakin tinggi, maka pemilik memilih strategi intensif penetrasi pasar pada strategi tumbuh dan membangun karena pemilik yakin bahwa produk yang dimilikinya berkualitas baik dan dapat mudah diterima oleh pasar sehingga ada peluang bagi Bapak Simon Djoko untuk meningkatkan omset dan penambahan pasar bawang merahnya.

#### **4.7 Matriks SWOT**

Matriks SWOT dibentuk dengan membuat strategi berdasarkan kombinasi faktor peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan pada Distributor bawang merah Bapak Simon Djoko pada tabel 4.12 sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Matriks SWOT**

<p align="center"><b>ANALISIS SWOT</b></p>	<p align="center"><b><u>Kekuatan (S)</u></b></p> <p>S1: Produk bawang merah berkualitas S2: Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri S3: Harga kompetitif S4: Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah</p>	<p align="center"><b><u>Kelemahan (W)</u></b></p> <p>W1: Keterbatasan modal W2: Karyawan tidak profesional dalam bekerja W3: Pendidikan karyawan yang rendah W4: Belum ada promosi yang dilakukan</p>
<p align="center"><b><u>Peluang (O)</u></b></p> <p>O1: Bawang merah bahan baku utama memasak O2: Permintaan pasar bawang merah tinggi O3: Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)</p>	<p align="center"><b><u>Strategi S-O</u></b></p> <p><b>Strategi :</b> Kontrak jangka panjang langsung dengan pabrik yang membutuhkan bahan baku bawang merah (<b>S1, S2, S3, O1, O3</b>)</p> <p><b>Strategi :</b> Penjualan bawang merah premium dengan grade A (<b>S1, S3, S4, O2</b>)</p> <p><b>Strategi :</b> Penjualan bawang merah dalam bentuk retail packaging (<b>S1, S2, S3, S4, O1, O2</b>)</p>	<p align="center"><b><u>Strategi W-O</u></b></p> <p><b>Strategi :</b> Melakukan promosi penjualan melalui media sosial (<b>W1, W4, O1, O2</b>)</p> <p><b>Strategi :</b> Penambahan modal usaha melalui kredit modal kerja (<b>W1, O1, O2</b>)</p>
<p align="center"><b><u>Ancaman (T)</u></b></p> <p>T1: Banyak pesaing dalam bidang yang sama T2: Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran T3: Supplier tengkulak tidak jujur</p>	<p align="center"><b><u>Strategi S-T</u></b></p> <p><b>Strategi :</b> Pemilihan supplier tengkulak yang dapat memberikan supply secara konsisten (<b>S2, S4, T2, T3</b>)</p> <p><b>Strategi :</b> Kerja sama langsung dengan petani (<b>S4, T1, T3</b>)</p>	<p align="center"><b><u>Strategi W-T</u></b></p> <p><b>Strategi :</b> Kerja sama dengan Dinas Pertanian untuk pelatihan bagi karyawan dan distribusi bawang merah (<b>W2, W3, W4, T2</b>)</p>

**Sumber : Data primer, 2021**

Berdasarkan matriks SWOT, maka dapat dirumuskan 8 alternative strategi dengan penjelasan analisis masing-masing strategi berdasarkan hasil diskusi antar responden.

#### **4.7.1 Analisis Strategi S-O**

Strategi S-O yang dibentuk pada penelitian ini adalah kontrak jangka panjang langsung dengan pabrik yang membutuhkan bahan baku bawang merah, penjualan bawang merah premium dengan grade A dan penjualan bawang merah dalam bentuk retail packaging.

Bapak Simon Djoko perlu melakukan kontrak jangka panjang dengan perusahaan atau pabrik yang memiliki kebutuhan akan bawang merah seperti pabrik pembuat saos tomat, saos sambal, Indofood, Mie Sedap yang memiliki kebutuhan bawang merah untuk mie gorengnya dan perusahaan lainnya. Dengan adanya kontrak jangka panjang tersebut, maka Bapak Simon Djoko akan dapat memiliki kepastian penjualan dalam jumlah besar karena kebutuhan pabrik yang biasanya besar juga. Kondisi tersebut akan dapat meningkatkan omset dari distribusi bawang merah Bapak Simon Djoko.

Bawang merah dengan kualitas Grade A merupakan salah satu produk yang dicari terutama oleh pebisnis seperti retail, hotel restoran, dan pabrik bahkan oleh eksportir. Dengan kemampuan karyawan Bapak Simon Djoko untuk mensortir bawang merah dengan efektif karena memiliki pengalaman yang cukup lama, maka bawang merah yang dijual oleh Bapak Simon Djoko dapat dijual dengan kualitas Grade A. Kualitas ini memiliki harga jual Rp 38.900 per kg, lebih banyak Rp 2.000 per kg jika dibandingkan dengan grade B. Adanya bawang



merah dengan kualitas grade A juga membuat produk ini cocok untuk pasar ekspor sehingga membuka peluang untuk melakukan ekspor ke luar negeri.

Bawang merah selain dapat dijual dalam bentuk mentah, juga dapat dijual dalam bentuk barang jadi. Barang jadi yang dimaksud ini adalah bawang merah goreng yang dapat langsung dimakan sebagai camilan ataupun dibuat sebagai makanan penyerta ketika memakan masakan lain seperti soto, nasi uduk dan lain-lain. Dengan menjual dalam bentuk barang jadi dengan kemasan yang baik, misalnya dengan philopack atau dengan plastik mika, maka produk ini akan memiliki nilai tambah jika dibandingkan dengan menjual dalam bentuk bahan baku. Hal ini merupakan suatu peluang bisnis yang dapat dijalankan sehingga dapat meningkatkan omset penjualan Bapak Simon Djoko.

#### **4.7.2 Analisis Strategi W-O**

Strategi W-O yang dibentuk adalah melakukan promosi penjualan melalui media sosial dan penambahan modal usaha melalui kredit modal kerja.

Karena penjualan dari Bapak Simon Djoko saat ini masih hanya menggunakan cara konvensional yaitu mulut ke mulut dan langsung ke pedagang di pasar. Hal ini dirasakan kurang efektif, sehingga perlu adanya langkah untuk melakukan penjualan melalui pasar yang lebih luas yaitu dengan melalui media sosial. Dengan menggunakan media sosial, maka Bapak Simon Djoko dapat melakukan pemasaran secara lebih luas, dengan menjangkau pasar yang lebih luas lagi untuk dapat meningkatkan omset penjualannya. Melalui media sosial termasuk melalui marketplace, maka Bapak Simon Djoko dapat menawarkan

bawang merahnya dengan lebih fleksibel sehingga pasarnya tidak hanya terbatas saja.

Dengan adanya keterbatasan modal dari Bapak Simon Djoko maka perlu adanya peningkatan modal untuk menambah omset dari bisnis Bapak Simon Djoko. Untuk meningkatkan omset dari bisnisnya, maka Bapak Simon Djoko perlu untuk bekerja sama dengan pihak ketiga misalnya bank untuk dapat menambah modalnya melalui pinjaman atau kredit modal kerja untuk dapat menambah jumlah transaksinya.

#### **4.7.3 Analisis Strategi S-T**

Strategi S-T yang dirumuskan adalah Pemilihan supplier tengkulak yang dapat memberikan supply secara konsisten dan Kerja sama langsung dengan petani.

Pemilihan supplier tengkulak yang dapat memberikan supply secara konsisten dilakukan dengan cara menyaring supplier yang saat ini sudah ada dan melihat apakah supplier tersebut mampu untuk memenuhi pesanan dari Bapak Simon Djoko secara konsisten. Pemilihan dilakukan pada supplier yang dapat melakukan pengiriman tepat waktu, sesuai dengan kuantitas yang dipesan, kualitas yang sesuai standar, tidak ada obyek asing seperti pasir, batu dan paku dalam bawang merah yang disupply dan bawang merah disupply dengan konsisten sesuai permintaan.

Kerja sama langsung Bapak Simon Djoko dengan petani dapat dilakukan dengan cara Bapak Simon Djoko memberikan modal berupa bibit dan pupuk kepada petani pada awal masa penanaman bawang merah. Dengan adanya

pemberian modal ini, maka petani hanya boleh untuk menjual bawang merah hasil panennya kepada Bapak Simon Djoko dan tidak boleh untuk menjual hasil panennya kepada pihak lainnya.

#### **4.7.4 Analisis Strategi W-T**

Strategi W-T alternatif adalah Kerja sama dengan Dinas Pertanian untuk pelatihan bagi karyawan dan distribusi bawang merah.

Kerja sama dengan Dinas Pertanian untuk pelatihan bagi karyawan dan distribusi bawang merah. Bapak Simon Djoko dapat bekerjasama dengan Dinas Pertanian untuk memberikan pengetahuan kepada karyawan mengenai cara untuk memilih bawang merah yang bagus dan dapat memenuhi standar dari perusahaan konsumen. Di sisi lain kerja sama dnegan Dinas Pertanian juga dapat membuka pasar bagi distribusi bawang merah karena Dinas Pertanian mengetahui kebutuhan bawang merah di pasar, sehingga ada peluang bagi Bapak Simon Djoko untuk memasuki pasar tersebut.